Styrkelse af virksomheds-samarbejdet

OM AT FÅ LEDIGE MED HANDICAP I JOB

ENGAGEMENTET

Der er for mange mennesker med handicap uden job

Der er stadig mange mennesker med et handicap, som står uden for arbejdsmarkedet. Således var beskæftigelsesandelen for personer med handicap 46,6 pct. i 2010, mens andelen for personer uden handicap var på 77,3 pct. (SFI 2011). Når mennesker med handicap søger job, møder de ofte en række fordomme og barrierer om f.eks. værdien af deres arbejdskraft og omfanget af praktiske foranstaltninger, som forhindrer dem i at få foden inden for på arbejdsmarkedet. Derudover er der stadig mange virksomheder, der ikke kender til de muligheder, som der er for at ansætte mennesker med handicap på ordinære vilkår med forskellige støtteordninger og hjælpemidler eller på særlige vilkår.

Her har jobcentret en fornem opgave i at samarbejde med virksomhederne, om at fokusere på mennesker med handicap som en værdifuld arbejdskraftressource, og i at sikre, at virksomhederne kender til de muligheder, der er for at ansætte mennesker med handicap på det danske arbejdsmarked.

Denne guide henvender sig primært til jer, der arbejder med at få mennesker med handicap i job. Vi tænker her på jobkonsulenter, virksomhedskonsulenter, sagsbehandlere, teamledere og andre mellemledere, som står for prioritering, organisering og implementering af arbejdsgangene for jobcentrets samarbejde med virksomheder.

Formålet med guiden er at give inspiration til, hvordan I på jobcentret kan styrke virksomhedssamarbejdet med henblik på at få flere ledige mennesker med handicap i job. I guiden vil der være inspiration til, hvordan I kan synliggøre jobcentret blandt virksomhederne, den organisatoriske opbygning af kontakten med virksomheder og kvalitetssikring af samarbejdet.

Guiden er baseret på de mange virksomhedsbesøg, konsulenter i Danske Handicaporganisationer (DH) har gennemført i projektet "Engagementet", dialog med jobcentermedarbejdere ved DH's projekt "Vidensnetværket", samt interviews med flere virksomheder og jobcentre, som er blevet udpeget som best practice jobcentre i samarbejde med virksomheder.

ET SYNLIGT JOBCENTER

Jobcentrets succes i virksomhedssamarbejdet afhænger af, at virksomhederne har kendskab til, hvad jobcentret kan tilbyde, og samtidig opfatter jobcentret som en professionel samarbejdspartner. Et proaktivt og synligt jobcenter, der tilbyder sin service til virksomhederne, vil få større succes med at få borgerne i praktik og job.

Jobcentret har mange forskellige kompetencer, som kan sættes i spil i forhold til virksomhederne, og her er en række forslag til, hvordan jobcentret kan gøre sig mere synlig over for de lokale virksomheder:

Deltagelse i de lokale erhvervsnetværk

Et medlemskab af lokale erhvervsnetværk giver jobcentret mulighed for at skabe personlige relationer til de lokale virksomheder og fortælle, hvordan jobcentret kan hjælpe dem.

I de fleste lokalområder findes der netværk for små og mellemstore virksomheder. Deltagerne i netværkene repræsenterer ofte mange forskellige brancher. Formålet med netværkene er som regel, at virksomhederne på kryds og tværs udveksler kundekontakter, erfaringer og sparrer med hinanden i udviklingen af deres forretninger.

JOBCENTRETS MULIGHEDER FOR DELTAGELSE

- Netværkene modtager gæster og det er en oplagt mulighed for jobcentret til at skabe kontakt til de lokale virksomheder mhp. at tilbyde arbejdskraft.

- I netværkene er der løbende optag af nye medlemmer. Medlemskabet koster for det meste penge. Det er en investering, som er givet godt ud for at skabe opmærksomhed omkring jobcentret og indgå i et løbende samarbejde med de lokale virksomheder.

Dannelse af jobcentrets eget erhvervsnetværk

Jobcentret kan med succes danne og drive sit eget lokale erhvervsnetværk. Det er med til at binde de lokale virksomheder tættere sammen med jobcentret, og en måde at vedligeholde den gode relation på.

Jobcentret kan på den måde løbende informere virksomhederne om lovgivning og nye tiltag på arbejdsmarkedsområdet. Frekvensen af møder kan være fra én gang hver måned til én gang hver tredje måned. Det giver jobcentret mulighed for at profilere sig og fremstå som en stærk samarbejdspartner i udviklingen af det lokale erhvervsliv.

På netværksmøderne kan jobcentret vælge at invitere det lokale erhvervsråd til oplæg om nye tiltag for erhvervslivet i kommunen, holde tema-aftener om forebyggelse af sygefravær, med særligt fokus på en borgergruppe, eller på hvordan virksomhederne løser deres arbejdskraftbehov og meget mere. Der kan også være kulturelle indslag alene mhp. at pleje virksomhedsrelationerne.

Elektronisk nyhedsbrev

Der er virksomheder, som ikke har tid til at orientere sig i de muligheder, der er inden for arbejdsmarkedet. Ansatte i små og mellemstore virksomheder har flere forskellige ansvarsområder og derfor ikke tid og kræfter til at sætte sig ind i ordninger og muligheder.

Mange af dem ønsker alligevel at holde sig ajour med, hvad der sker på arbejdsmarkedet, og hvordan de kan bruge ordninger og muligheder på deres arbejdsplads. Derfor vil de være interesseret i et elektronisk nyhedsbrev fra jobcentret.

På den måde kan jobcenteret være med til:

- At holde virksomhederne opdateret med udviklingen på arbejdsmarkedet og nye muligheder.
- At åbne for dialogen og synliggøre jobcentrets fokusområder i en given periode.

KONTAKT TIL VIRKSOMHEDERNE

Det er ikke uvæsentligt, hvordan jobcentret vælger at kontakte virksomhederne. Det handler om at opbygge en god relation fra starten af, så det kan blive et langvarigt samarbejde til glæde for begge parter. Her kommer en række fokuspunkter, som kan være vigtige, når virksomhederne skal kontaktes.

Den personlige kontakt

En god måde at skabe kontakt til virksomheder på, er ved den personlige kontakt. Det kan enten foregå over telefonen eller ved at tage ud på virksomheden. Ved det personlige møde bliver der som regel skabt en grobund for et givtigt samarbejde i fremtiden. Langt de fleste virksomheder opfatter det som positivt, at jobcentret kommer på besøg.

For nogen virksomheder er det i orden at komme på uanmeldt besøg, mens andre gerne vil have, at der bliver ringet i forvejen. Virksomhederne kan evt. vælges ud fra de ledige borgeres ønsker om steder, hvor de gerne vil arbejde.

NB: Det er en dårlig ide at bruge et booking-bureau til at få møder med virksomheder. De fleste virksomheder ønsker den direkte og personlige kontakt med jobcentret.

Viden om virksomheden

Før en virksomhed bliver kontaktet, er det vigtigt, at jobcentret har sat sig ind i, hvilken type virksomhed, det er. Virksomhederne kan godt lide, at kontaktpersonen ved noget om branchen, hvilke type opgaver virksomheden udfører etc. – så er det også nemmere at skabe det rette match mellem job og ledig. Det er heller ikke uvæsentligt at vide på forhånd, om virksomheden er i vækst eller er ved at fyre medarbejdere. Derfor er det værd at researche lidt på den virksomhed, som skal kontaktes. Tiden er givet godt ud.

En kunderelation

Virksomheder er vant til at servicere sine kunder og samarbejdspartnere. Og det er også i den ånd, de selv ønsker at blive kontaktet og behandlet.

Det handler om at gøre jobcentrets service attraktiv for virksomhederne og tilbyde sig som en hjælp i deres daglige arbejde med at få en forretning til at løbe rundt. Jobcentrets spidskompetence er inden for rekruttering og fastholdelse af medarbejdere samt lovstof. De fleste virksomheder er interesserede i at vide, hvordan det lokale jobcenter kan hjælpe dem i deres forretning.

Sælg borgeren

Når borgeren skal præsenteres for virksomheden, er det vigtigt, at dennes profil matcher virksomhedens behov. Præsentationen af borgeren skal være ærlig – det vil på den lange bane give bagslag, hvis borgerens kompetencer bliver oversolgt eller funktionsnedsættelsen fejlvurderes.

INSPIRATION TIL FOKUSPUNKTER

- Virksomheder vil gerne have en kort og klar profil af borgeren og hvilke eventuelle hjælpemidler der er behov for, for at borgeren kan bestride jobbet.
  Det handler om at få en kompetent medarbejder, der kan løfte opgaverne med eller uden økonomisk kompensation og hjælpemidler.

- Nogen virksomheder vil gerne vide, hvad det er, som motiverer borgeren, hvor borgeren er i sit liv, og hvor denne er på vej hen. Det er vigtigt, at borgeren får mulighed for at stå frem og fortælle om sig selv, sit handicap og sine eventuelle skåne- og støttebehov. Dette med fokus på muligheder frem for begrænsninger.

- De fleste virksomheder vil gerne have så få møder som muligt til at få afklaret, om den pågældende borger matcher virksomheden. Et enkelt møde med borgeren vil som regel være nok til, at begge parter finder ud af, om det er det rigtige match.

KONTAKT FRA VIRKSOMHEDERNE

Når virksomhederne selv er initiativtagere til at kontakte jobcentret, er det vigtigt, at de oplever jobcentret som en professionel samarbejdspartner. Det betyder, at de hurtigt skal kunne komme i kontakt med den relevante og beslutningsdygtige medarbejder, at der følges op på deres kontakt hurtigt, og at dem, de taler med, udviser overblik.

Inspiration til organisationsstrukturen

Her kommer en række forslag til organisering, som kan være med til at sikre, at I fremstår professionelle, når virksomhederne kontakter jer:

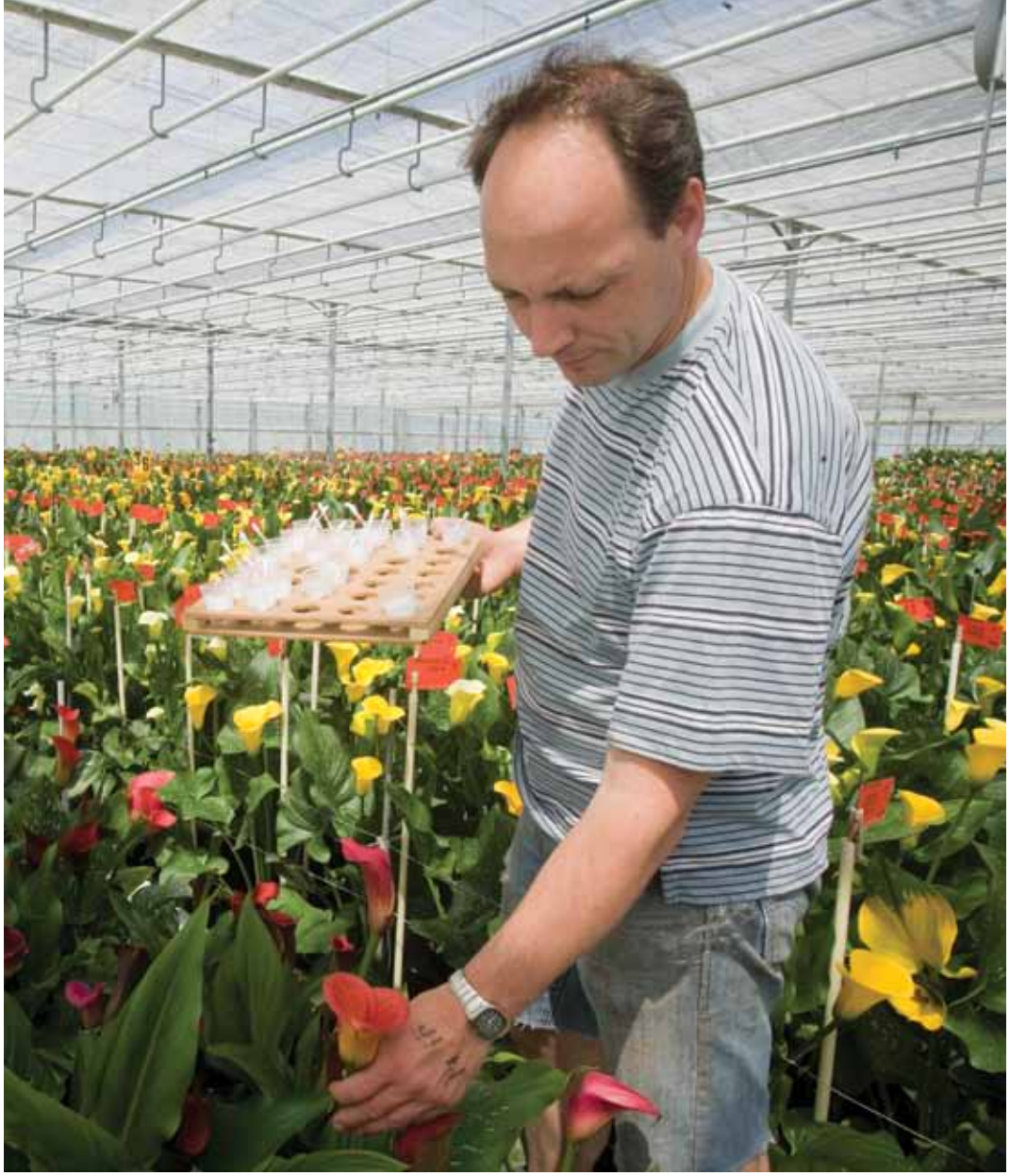
- Den første person, virksomhedsrepræsentanten får i røret, skal kunne viderestille til den rigtige og beslutningsdygtige kontakt på jobcentret.
  I kan vælge at synliggøre organisationsstrukturen på jeres hjemmeside, som et organisationsdiagram. På den måde kan den initiativtagende virksomhed selv se, hvem den relevante jobcentermedarbejder er.

- Der skal være kort proces fra virksomheden kontakter jer, til der er en afklaring på, om I kan indgå samarbejde. Nogle virksomheder står i en akut situation, hvor der skal handles hurtigt. Hvis I ikke i den givne situation kan finde et match, er det vigtigt også at melde tilbage om det.

- Virksomhederne skal have en fast kontaktperson, som er tovholder på kontakten.

- En virksomhedsdatabase kan være med til at sikre videndeling i forhold til virksomhedskontakten. Det er en god ide at registrere virksomhedens aktuelle behov, interessepunkter og kontakttidspunkt, for på længere sigt at kunne indgå samarbejde med dem og sikre kontinuitet. Derudover sikrer et sådant system, at viden ikke er personafhængigt.

- Der skal være udviklet materialer – gerne elektroniske – i form af fx pjecer, som virksomhederne umiddelbart kan få med viden om de forskellige ordninger og ansættelsesformer, og hvad det betyder for virksomheden.



Inspiration til jobcentermedarbejderen

- Vær imødekommende.
  Når en virksomhed ringer af sig selv, er det en oplagt mulighed for at løse dit arbejde med at få ledige i job. Få spurgt ind til og afdækket virksomhedernes behov.

- Tænk på virksomheden som din kunde.
  Virksomheder har fokus på ´kunde-mindset´ og forventer også at blive mødt med det hos andre, herunder jobcentret.

- Kend dine kollegaer.
  Hvis du skal hjælpe virksomheden videre, er det vigtigt, du ved, hvem af dine kollegaer, der er den relevante kontaktperson for virksomheden.

KVALITETSSIKRET SAMARBEJDE MED VIRKSOMHEDERNE

Der er virksomheder, som ikke har kendskab til den brede vifte af muligheder for at ansætte mennesker med handicap, på ordinære vilkår med mulighed for forskellige kompensationsordninger, eller på særlige vilkår.

Det betyder, at der er brug for en ekstra informationsindsats. Det kan være en god ide at have udviklet materialer på forhånd, som I kan give virksomhederne. Eksempler på gode materialer:

- En køreplan for de forskellige ansættelsestyper, som beskriver, hvad det indebærer for virksomheden økonomisk, arbejdsbyrdemæssigt og personaleorganisatorisk at ansætte mennesker med handicap i fx fleksjob, arbejdsprøvning, løntilskud mv.
- Et fakta-ark om de forskellige ordninger, som mennesker med handicap kan kompenseres med i deres arbejdsliv, fx ved hjælpemidler, ved mentorer på arbejdspladsen, personlig assistance m.v.
- En elektronisk opstartsfolder, som danner et overblik over, hvilke formater og skemaer, virksomheden skal udfylde, og hvornår, hvis de vil ansætte personer under de givne vilkår.

Minimer papirarbejdet

Det kan være ressourcekrævende at udfylde blanketter m.v. for virksomhederne, når de har travlt, og fodfejl fra deres side kan resultere i forsinkelser i samarbejdet. Derfor skal I søge at minimere og effektivisere den tid, der bruges på at organisere samarbejdet. Dette er særligt vigtigt, når I samarbejder med små og mellemstore virksomheder.

GODE RÅD

- Minimer papirarbejdet så meget som muligt. Ved at udfylde papirerne for virksomhederne, ved at vejlede om, hvilke blanketter, der skal afleveres og hvornår, og ved at følge op med påmindelser om tidsfrister.
- En god ide i forbindelse med opstarten på et samarbejde er at medbringe en computer og printer, så I kan lukke aftalen, inden I går derfra.
- Minimer antallet af opstartsmøder.

Forventningsafstemning

For at få et godt afsæt for jeres samarbejde om et konkret forløb, er det en god ide med en forventningsafstemning, hvor I bl.a. kommer ind på følgende emner:

- Rolle- og ansvarsfordeling mellem jobcenter og virksomhed. Hvad I kan forvente af hinanden og hvornår.
- Forventning til opfølgning.
- Hvordan problemer undervejs skal håndteres.
- Udviklingsplan for den konkrete borger.

Derudover bør I også facilitere en forventningsafstemning mellem borger og virksomhed (og jer) om ansættelsesforløbet, arbejdsvilkår, kompetencer, der kan komme i spil, borgerens motivation, eventuelle særlige behov/vilkår m.v.

Opfølgning og fast kontaktperson

Det er forskelligt fra virksomhed til virksomhed, og fra borger til borger, hvor ofte, der er behov for opfølgning, og hvordan denne opfølgning skal foregå.

INSPIRATION I FORBINDELSE MED OPFØLGNING

- Det er en fordel, hvis det er en fast kontaktperson, der står for opfølgningen.
- En del virksomheder ser gerne, at der på forhånd bliver lagt en plan og aftalt et forløb af møder; der kan laves om på antallet af møder senere hen.
- Møderne behøver nødvendigvis ikke være ved personligt fremmøde. Et telefonopkald kan også være ok. Det vigtigste her er at være opmærksom på, at virksomhederne ser det som en god service og tillidsvækkende, at der bliver fulgt op på ansættelsen eller praktikken.
- Sommetider vil en virksomhed have brug for at få fat i jer uden for de aftalte tidspunkter. Derfor er det vigtigt, at der er en plan for, hvordan virksomheden hurtigt kan komme i kontakt med den relevante jobcentermedarbejder, og at der er hurtig respons på deres problematik.

Skab opbakning i virksomheden

Når en virksomhed vælger at ansætte mennesker med handicap på ordinære vilkår, eller på særlige vilkår, har det ikke kun betydning for den konkrete person og virksomhedsledelsen, som ansætter. Det kan også have betydning for resten af medarbejderstaben. Manglende viden og utryghed, fx omkring anderledes ansættelsesvilkår, kan skabe uro blandt medarbejderne.

Derfor bør jobcentret overveje at deltage i et opstartsmøde med virksomhedens mellemledere og/eller andre ansatte. Her forklarer I, hvad det vil sige at have mennesker med handicap ansat, med kompenserende ordninger eller på særlige vilkår, og hvad det har af betydning ift. arbejdstid, samarbejde m.v.

Denne viden og dialog kan være med til at skabe en fælles forståelse for og opbakning til den nye medarbejder blandt de øvrige medarbejdere i virksomheden.

UDVIKLET AF

Guiden er udviklet som en del af projektet Engagementet, der er forankret i Danske Handicaporganisationer. Projektet er finansieret af Arbejdsmarkedsstyrelsen. Det er en del af regeringens strategi fra 2009 "Handicap og job – det kan lade sig gøre". Projektet er startet i januar 2010 og løber frem til juli 2012.

Mere viden:

- Kontakt Danske Handicaporganisationer på 3675 1777
- Discus: "Bro til arbejdsmarkedet – virksomhedernes sociale ansvar". Discus-projekt, hvor I finder inspiration til en handlingsplan for virksomhedssamarbejdet. www.discus.dk
- Marselisborg Praksisvidencenter: "Håndbog til jobkonsulenter. Til dig, der vil vide mere om den telefoniske virksomhedskontakt." www.jobmarselisborg.dk
- Arbejdsmarkedsstyrelsen: "Input til et godt samarbejde mellem jobcentre og virksomheder". www.ams.dk

Guiden "Styrkelse af virksomhedssamarbejde – om at få ledige med handicap i job" er udgivet af
Engagementet
Kløverprisvej 10 B
2650 Hvidovre

Ansvarshavende redaktør: Sara Kudsk-Iversen
Redaktion: Sara Kudsk-Iversen og Anders Reitov
Grafisk design: Jon Kabell

Engagementet er forankret i DH

DH's medlemsorganisationer: Astma- Allergi Danmark • ADHD - foreningen • Danmarks Bløderforening • Danmarks Psoriasis Forening • Dansk Blindesamfund • Foreningen af Danske Døvblinde • Dansk Epilepsiforening • Dansk Fibromyalgi-Forening • Dansk Handicap Forbund • Dansk Landsf. for Laryngectomerede (Strubeløse) • Danske Døves Landsforbund • Diabetesforeningen • Gigtforeningen • HjerneSagen • Hjerneskadeforeningen • Høreforeningen • Landsforeningen Autisme • Landsforeningen LEV • Landsforeningen Sind • Landsf. til Bekæmpelse af Cystisk Fibrose • LungePatient.dk • Muskelsvindfonden • Nyreforeningen • Ordblinde/Dysleksiforeningen i Danmark • Osteoporoseforeningen • Parkinsonforeningen • PTU – Landsf. af Polio-, Trafik- og Ulykkesskadede • Sammenslutningen af Unge Med Handicap • Scleroseforeningen • Spastikerforeningen • Stammeforeningen i Danmark • Stomiforeningen COPA.

ENGAGEMENTET

DH
Danske Handicaporganisationer

Engagementet, DH · Kløverprisvej 10 B · 2650 Hvidovre · Tlf.: 3675 1777 · Fax: 3675 1403
engagementet@handicap.dk · www.engagementet.dk